

电商“尴尬推送”泛滥 是算法失控还是监管失守

近日,在电商平台上,一款多功能趴睡枕因“擦边带货”而销量暴增,引发公众对电商平台“尴尬推送”的讨论。众多网友在社交平台分享在公开场合和手机音量“赛跑”的“社死”经历,表示一些产品宣传广告语“0 帧起手”,极具暗示的语言让人十分尴尬。

“擦边”是指游走在合法与非法边缘的行为,不少电商平台为获取流量纵容此类现象蔓延。专家表示,电商行业竞争日趋激烈,平台“花式擦边”推送已经到了“不搜也推”的程度,不仅影响消费者的购物体验和心理舒适度,还违背公序良俗,污染网络环境。

受访人士建议,通过完善法治体系,加强平台监管,优化算法技术,进一步畅通消费者投诉举报渠道,监督直播电商平台规范有序发展,营造健康清朗的网络购物氛围。

营销“花式擦边”不搜也推

今年春节前,兰州市民马葶在电商平台为家人购买过袜子,随后一个月的时间里,被多次推送相关广告和直播间,开场“穿了跟没穿一样”“超薄无感”等类似的广告语让她极度反感,“设置‘不感兴趣’,但清静两天后又会推送”。

记者发现,有的电商平台把“擦边”当做营销手段。4月初,某直播电商平台售卖一款多功能趴睡枕,主播频频使用“这个姿势很舒服”“带你上高速”等语言及动作推销趴睡枕,单场直播开播2小时吸引30万人观看,销售额突破百万元。目前该账号因违规已被封禁。

多名喜欢网购的消费者说,以前是搜索过类似关键词,才会被推送相应视频,但现在电商直播平台的“擦边”营销不搜也推,一旦在公众场合不慎点开就十分尴尬。“而且这种推送防不胜防,很怕孩子接触到。”马葶说。

数据显示,我国未成年网民规模上升至1.96亿人,而且超三成未成年入经

常在网上消费,近六成未成年人在网上消费过。“‘花式擦边’推销商品,会影响未成年人的身心健康。”兰州大学管理学院副教授王洪鹏说。

然而,“擦边”泛滥已催生专门的“擦边”主播。记者调查发现,“擦边”主播已成为一门“职业”,教人“擦边”也成为黑灰产。在某社交平台搜索“擦边带货”,出现上千条分享攻略,一些博主通过“3小时赚两千”“擦边月入三四万”等极具吸引力的标题在评论区“带路”,诱导网友进入主页“私聊”。

记者联系其中一位博主,他表示可以免费“带路”,“有手机就能播,合作后每场播完平台分成50%”。这位博主透露,“擦边”主播也分等级,按照程度不同,被分为“微微擦”“微擦”等,程度越高,风险越大,赚得越多。

见记者没有回复,该博主又私信表示,如果担心国内“不好开展”,可提供帮助转战海外,“市场更大,赚得更多,保底一天能赚6000多”。

直播电商缘何徘徊“擦边”赛道

业内人士表示,近两年来,一些商家将“擦边”与产品讲解结合,把暧昧语言、暗示着装等当成销售密码,认为这样做既引爆了流量,还躲过了监管。

甘肃慧联信息科技发展有限公司总经理王雪莲表示,根据直播电商平台的算法规律,流量多少会直接决定商家的出价和排名高低。

“如果产品点击率高,那么就能以较低的出价排在前列,如果点击率低,商家就需要出很高的价才能排名靠前,所以很多商家为了降低付费推广成本,走了博眼球引流的‘擦边’偏门。”王雪莲说。

直播过程“不易留痕”,也为“擦边”提供了“便利”。传统电商平台商品详情页的文图视看得见、可排查,但直播间里很多“擦边”行为穿插在一举一动中,难以及时排查。

王雪莲说,比如,深夜时段一般是“擦边”直播出现的高峰期,这一时段审核人员相对较少,审核“漏水”的情况便难免出现,这在无形中让一些商家推销尺度越来越大。

此外,多名业内人士表示,流量和广告是电商平台的重要收入来源,为了吸引用户,一些平台会选择对部分“擦边”内容“睁一只眼闭一只眼”,甚至在一定程度上默许擦边内容“先火后封”,实现“流量收割”蹭热度与“处罚止损”赚口碑的双重收益,导致“擦边”营销“按下葫芦浮起瓢”,难以根治。

虽然算法推荐的底层逻辑主要依赖关键词,与消费者或相似画像人群所浏览的历史内容有关。但现如今直播电商平台的浏览人群结构复杂,“不排除算法因相似人群定位不准而产生错误画像,一些没有搜索经历的消费者被误推不良内容”。王洪鹏说。

有利可图、有空可钻,在这种情况下,“花式擦边”“尴尬推送”便越来越猖獗。

甘肃政法大学民商经济法学院副教授盛玉华介绍,目前法治层面对“擦边”营销的司法认定仍依赖“社会公众一般认知”,缺乏量化标准。“擦边”不是法律术语,没有明确的法律定义,一般指介于合法与违法之间性质模糊的行为,实践中需结合具体情境综合判断,定性有难度。

业内人士及专家表示,“擦边”营销本身就是一种不正当竞争手段,“擦边”商家通过低俗劣质内容博取关注引流,挤压了生产合规健康内容的商家生存空间,造成“劣币驱逐良币”,长此以往会让直播电商平台的信任体系坍塌。

净化电商营销有待“双向奔赴”

专家认为,不论是行业竞争加剧催生“擦边营销”,还是监管乏力、“打而不疼”,让“擦边”主播有恃无恐,都反映出

直播电商平台的发展面临阵痛。当务之急,应完善法治体系,加强监管力度,推动法治监管与行业自律实现“双向奔赴”,让“擦边”营销无处遁形。

盛玉华说,“不搜也推”行为涉嫌侵犯用户隐私权,违反个人信息保护的“最小必要原则”,平台通过非必要关联数据,如深夜浏览时长等推测用户需求,超出服务目的范围收集信息;其次违反知情同意规则,平台通过用户非主动提供的间接行为数据推测其潜在需求,涉嫌“未经明示同意处理敏感信息”,构成对私密信息的非法刺探。

近年来,国家频频出手整治网络平台上的软色情信息成效显著,但电商交易门槛低、商家主体隐匿性强,平台入驻门槛参差不齐,导致传统监管模式在整治“擦边”营销时面临“难发现、难取证”的挑战。

受访专家表示,相关部门应在科学监管上持续加码,通过优化奖惩制度,鼓励优质内容推送,对屡教不改、顶风违规的账号及平台,依法依规从严查处,倒逼行业整体主动抵制低俗营销内容。

算法技术也应进一步进行优化。一方面应将算法标签进行精细化管控,另一方面平台也应根据自身定位,严选商家、产品以及目标顾客群体,杜绝潜在不良群体的人驻和不良内容的生成。

盛玉华表示,法律法规建设层面也应齐头并进,以“有形之手”护航消费者。他们呼吁,制定平台负面清单,细化“擦边内容”认定,通过发布指导性案例,明确“擦边”行为的法律边界,并定期更新以应对新型规避手段。

专家表示,不能再以单一的旧方式对新型购物平台进行管理,而是要探索形成行业生态“协同共治”、社会监督“全民参与”的多元治理模式,推动直播电商等新型购物平台健康有序发展。

(据新华社北京4月22日电)

从案头到灶台 他们这样“破译”千年简牍里的美食密码



简牍《食方》。新华社发

据新华社长沙4月22日电(记者张格、戴斌、谢樱)两千多年前,中国古人享用的米饭是何种滋味?近日,湖南大学岳麓书院公布一项新文科研究与改革实践项目最新成果,其师生团队依据西汉简牍《食方》所记载的食谱,以古法工艺“复刻”了两千多年前的米饭。

简牍《食方》出土于西汉第一代沅陵侯吴阳之墓——湖南省沅陵县虎溪山一号汉墓,记载了西汉初期湖湘地区对各类食材的处理和烹制方式。蒸米饭、煨鸡汤、烤兔头、清蒸鱼……无不彰显出汉代贵族对精致饮食的追求。

能不能解读食谱并复刻古人的饭菜,尝尝两千多年前的湖湘美食究竟是什么味道?来自岳麓书院历史、哲学、文博专业,以及中国农业大学食品科学与营养工程学院、湖南大学设计艺术学院的11名学生组成跨学科交叉团队,尝

试还原制作“古食”。

“如今的食材、烹饪工具、生火方式等,都较古时发生了巨大变化。尽管没有办法做到完全复原,但将汉代工艺与当代技术相结合,学生们也能从中汲取许多智慧。”指导教师、岳麓书院副教授石斌说,如古代蒸饭所使用的甑已难以获得,团队就使用在当下农村地区依然能见到的甑子和砂锅作为炊具,也能达到类似效果。

由于水稻种子及稻谷加工工艺不断优化,今日的大米与两千年前已不可同日而语。团队通过寻求烹饪大师贺俊贤的帮助,找到了与汉代湖湘地区稻米品质 and 形状接近的籼米品种。

在贺俊贤的指导下,团队反复实验,终于再现汉代米饭的制作技艺——先将米放入水中淘洗,浸泡半小时,沥干静置片刻后蒸米20分钟。熟

后,将米取出放置盘中,翻动、扇去蒸汽,再次添水,继续蒸15分钟……

“依照《食方》,通过反复蒸煮、快速冷却等步骤制作的米饭,不仅松散有弹性、口感好,而且含糖量较低,与我们现在追求的健康饮食不谋而合。”贺俊贤说,此次“复刻”的米饭有望成为餐厅未来菜品创新的一大特色。

石斌说,从湖南玉蟾岩出土的万年稻谷颗粒,到澧阳平原上从史前至今的馥郁稻香,再到湖南杂交水稻创新研究不断取得新成果,稻米始终与湖南紧密相连,成为这片土地上生生不息的文明符号。

岳麓书院院长肖永明说,近年来岳麓书院致力于新文科建设,引导师生组建跨学科、跨领域的研究与实践队伍,开展有组织的科研,今后将推出更多新文科研究与实践相融合的成果。